

## **Politik Media Baru & Perebutan Informasi Publik: Studi atas Kontestasi Politik dalam Media Baru**

---

**Rendy Pahrn Wadipalapa**

**Universitas Airlangga**  
**rendypw@gmail.com**

### **Abstrak**

Persoalan utama dalam pemilihan presiden bukanlah persoalan kontestasi praktik politik belaka, melainkan juga kontestasi pesan politik dalam media. Jika yang pertama menekankan pada relasi aktual dari aktor-aktor politik, maka yang kedua mengedepankan mediasi substansi politik lewat pelbagai jalur. Mulai dari konteks pemilu presiden 2014, media internet menjadi salah satu media yang paling sibuk dan aktif sebagai panggung dialog dan perdebatan politik. Kualitas perdebatan itu melintang dalam variasi pesan yang beragam dan teknik penyampaian yang berbeda-beda. Keberagaman penyampaian pesan politik itu dapat merentang secara anekdotikal, komedik, hingga yang paling satire, melalui meme atau penggabungan foto/slide dengan teks hingga permainan konten berita. Situasi ini penting disimak karena ia tidak hanya memuat pesan-pesan eksplisit, melainkan juga kritisisme dan sinisme dalam merebut informasi publik. Lewat pisau analisis diskursus, akan dilihat bagaimana politik media baru dan kontestasi informasi ini beroperasi dalam lalu lintas pesan politik di internet, relasinya dengan kekuasaan, serta seberapa besar ruang bagi audiens untuk berpartisipasi. Unit-unit yang akan diperiksa, selain pesan dan ilustrasi di media sosial Twitter dan Facebook, adalah juga jejaring respons atasnya, serta teks-teks lain yang berkaitan (langsung-tidak langsung) dengannya, sekaligus koneksinya atas konteks sosial politik rezim Jokowi-JK. Tujuan makro studi ini hendak menyorot pada bagaimana new media dipakai sebagai alat penetrasi kekuasaan politik, bagaimana keduanya berinteraksi, dan bagaimana kuasa audiens dalam merespons semua pesan dan kampanye politik dengan cara yang sama sekali baru. Teori new media and politics, diskursus media dan kekuasaan, kontestasi informasi publik, adalah tiga teori utama yang dipakai untuk membantu studi ini.

Kata kunci: Politik rezim, Media Baru, Politik Media, Informasi Publik, Satire Politik.

### **Prolog: Mode Politik dan Budaya Media Baru**

Tulisan ini membahas bagaimana media baru (*new media*) menciptakan “genre” perpolitikan dan perebutan informasi publik dalam konteks pemerintahan Jokowi-JK. Tarikan historis atas konteks media baru (*new media*) di Indonesia, serta kaitannya dengan dunia politik, akan berguna dalam upaya mengintrodusir diskursus perebutan informasi publik dalam media baru lebih jauh.

Penggunaan internet atau media baru, dalam konteks Indonesia, banyak dilihat dalam hubungannya sebagai respons ekspresif masyarakat pasca tekanan dan ketertutupan Orde Baru lenyap. Untuk itulah, banyak pula sarjana yang menyepakati jika internet punya posisi penting dalam mendorong demokratisasi Indonesia (Hill & Sen, 1997; Nugroho, 2011; Sen & Hill, 2000).

Selain memiliki posisi kuat dalam keterbukaan politik, media baru secara kreatif memodifikasi dirinya dalam varian yang beragam. Secara lentur pula mode komunikasi yang dikembangkan terus berubah dan direspons secara aktif oleh masyarakat luas. Pelbagai isu-isu sosial-politik berkembang menjadi diskursus publik melalui internet, diperbincangkan secara intens, sekaligus diproduksi dan disirkulasikan ulang secara massif. Variasi mode komunikasi ini mewujudkan pada macam-macam bentuk media sosial, forum maya, dan pelbagai aplikasi lain. Dalam tulisan ini, mode dan gaya bagaimana bentuk-bentuk pengemasan pesan, sekaligus bagaimana itu semua mewujudkan perebutan medan informasi publik di media baru, akan di bahas. Teknik-teknik dengan menggunakan meme, *graphic art*, video blog (vlog) adalah tiga yang dominan diantara teknik lain.

Kontestasi pemilu presiden di Indonesia menarik perhatian para sarjana ilmu komunikasi karena dua hal besar. *Pertama*, partisipasi publik menguat drastis dalam mengisi ruang publik perbincangan pemilu. *Kedua*, eskalasi perbincangan itu diperantarai terutama oleh medium internet—lewat pelbagai fasilitas media sosial atau forum interaktif lainnya. Pada periode 8/6/2014-5/7/2014, PoliticaWave mencatat 5.977.879 percakapan dan 1.592.323 netizen yang melakukan percakapan terkait kedua pasangan

Capres dan Cawapres.<sup>49</sup> Karakteristik ini relatif cukup baru dan tidak terjadi pada kontestasi pemilu sebelumnya. Dengan gambaran kombinasi antara internet dan pemilu, maka *meme culture* berada pada zona-antara tersebut sambil memainkan peran partisipatorisnya.

### Politik dalam Vlog, Meme & Status dalam Media Baru

Perkembangan terbaru dari internet telah membawa kreatifitas dan inovasi yang tidak saja segar, tetapi juga menerabas banyak sekali batasan. Pertama, popularitas video blog atau vlog telah memperlihatkan bagaimana metamorfosa blog yang bertumbuh dengan menggabungkan tulisan dan video. Periksa gambar berikut

Gambar 1



49 Lihat <http://27.123.222.126/pemilu/read/20140706/355/241428/pilpres-2014-jokowi-jk-presiden-pilihan-netizen-unggul-538>, terakhir diakses 07/0814.

Gambar 2



Dua contoh di atas adalah *screen shot* dari video blog Kaesang Pangarep, putera dari presiden Joko Widodo, yang diunggah pada situs video youtube. Kedua video itu memperlihatkan bagaimana hubungan bapak dan anak ini di luar seluruh konteks politik. Vlog dalam gambar pertama menceritakan percakapan mengenai Kaesang yang disindir oleh Jokowi, sembari diberi beberapa “petuah”. Vlog memantulkan kecairan dalam konteks komunikasi politik, semacam relaksasi dalam bentuknya yang paling fleksibel dan plastis. Apa dan bagaimana vlog menempati posisi dalam konteks politik akan di bahas kemudian.

Sementara itu, istilah “meme” pertama kali dikemukakan oleh Richard Dawkins (1976) dalam buku *The Selfish Gene*, yang merujuk pada unit imitasi dan transmisi budaya dalam gen. Perluasan definitif dari istilah biologis pada konsep Dawkins ini kemudian dipakai untuk menunjuk gejala umum tentang *meme culture* di internet, yakni sebuah cara dimana ide diimitasi, disebarkan, dan dimediasi dari orang ke orang, lewat interaksi atau pembicaraan, baik melalui medium analog maupun digital (Brunello, 2012). Meme menampilkan kombinasi antara gambar foto slide dan teks, serta ditujukan untuk merespons suatu isu yang sedang menjadi perbincangan dalam diskursus sosial.

Meme beroperasi dengan memanfaatkan media baru atau internet. Jika media secara umum dilihat sebagai salah satu *locus politica*—tempat dimana tema-tema politik diulas, dan bahkan menjadi “panggung”

kontestasi politik itu sendiri—maka media baru harus disentuh bukan saja karena mencari tahu pengaruh penetrasi politik atasnya, melainkan juga melihat bagaimana media dengan karakteristik terbuka dan bebas seperti internet menjadi *locus* penting dari diskursus politik sebesar pemilu presiden 2014.

Jika dilihat dari definisi awalnya, dalam tulisan ini akan ditunjukkan bagaimana meme telah mengalami metamorfosa bukan saja pada bagaimana ia dibentuk atau lewat medium apa ia diperantarai, melainkan juga bahwa ia tak sekedar mempraktikkan memesis atau peniruan belaka, lebih dari itu, ia melakukan kerja kreatifitas. Secara teknis teks tidak dijiplak atau digandakan, tetapi dibuat, diolah, dimodifikasi, dan diberi makna sedemikian rupa. Maka, produksi meme tidak dapat disederhanakan sebagai wujud kreatif-teknis, melainkan justru kreatif-substantif makna.

Sampai di sini, maka inti dan pembahasan atas contoh-contoh meme politik pemilu presiden Indonesia tahun 2014 menjadi penting.

Pada bagian berikut penulis akan membahas beberapa meme politik populer yang dibuat oleh netizen. Jumlah pasti berapa meme yang diproduksi tidak mampu dilacak secara pasti, tetapi tema bpolitik mendapat tempat cukup populer dalam *meme culture*. Beberapa situs memuat dan mengompilasi meme politik secara periodik.<sup>50</sup>

Meme pertama diproduksi lewat akun @victorkamang, pada tanggal 27 September 2016 dengan judul “sebuah pernyataan”:

---

50 Lihat misalnya, <https://www.selasar.com/politik/kumpulan-meme-lucu-debat-capres> diakses pada 27/08/14  
<http://tekno.kompas.com/read/2014/03/14/1746259/jokowi.capres.foto.guyona.n.beredar.di.media.sosial> diakses pada 27/08/14  
<http://www.solopos.com/2014/05/09/trending-topic-sosmed-ini-dia-meme-lucu-jokowi-dan-ahok-di-media-sosial-506636> diakses pada 27/08/14  
<http://www.solopos.com/2014/07/23/jokowi-presiden-terpilih-meme-lucu-warnai-penolakan-prabowo-521286> diakses pada 27/08/14  
<http://ngonoo.com/2014/05/kumpulan-meme-presiden-lucu-dan-cara-membuatnya/> diakses pada 27/08/14

Gambar 3



Satire dalam meme di atas mengambil konteks bagaimana Gubernur Basuki Tjahaja Purnama sebagai inkumben Pemilukada DKI Jakarta dikepung oleh pelbagai kritik, mulai dari pengusuran hingga isu korupsi. Rangkaian foto Basuki kemudian dirangkai dengan teks yang diambil dari lagu Awkarin, pemuda yang terkenal sebagai selebgram dan dikecam karena penampilan dan performanya di media sosial instagram dan youtube.

Rentang grafis politik yang dipublikasi dalam media baru pada waktu pemilu 2014 juga sangat penting untuk dilihat. Periksa gambar tertanggal 6 Agustus 2014 pada akun twitter victorkamang dengan judul: "Contoh pertanyaan cewek yang sering ditanyakan pada waktu dan tempat yang salah":

Gambar 4



Dalam masa kampanye, berseliweran berita ihwal pertemuan Prabowo dan mantan istrinya Titiek Soeharto, yang lalu diberi kesan oleh pers sebagai “kedekatan kembali”, atau lebih jauh lagi, “rujuk”.<sup>51</sup> Bahwa kedekatan ini baru intens terjadi menjelang pemilihan umum bukanlah soal utamanya; yang menarik justru bagaimana publik memberi dugaan atau semacam presumsi melalui meme. Akun @victorkamang di twitter memberikan meme satire tajam atas pencitraan rujuk kembali Prabowo dan Titiek Soeharto, yang menunjukkan ketidakpercayaan atas isu rujuk kembali pasangan ini, dan secara implisit menuding sebagai sesuatu yang sengaja didesain untuk popularitas politik.

---

51 Untuk menyebut beberapa, periksa

<http://www.republika.co.id/berita/pemilu/hot-politic/14/07/05/n882sh-prabowotitiek-rujuk-hari-ini-ini-jawaban-tim-prabowo;>

<http://nasional.kompas.com/read/2014/07/05/12152211/Titiek-Prabowo.Rujuk.Timses.Sebut.Insya.Allah;>

<http://www.indopos.co.id/2014/07/jika-akhirnya-rujuk-itu-buah-kesetiaan-prabowo-kepada-titiek.html>, semuanya diakses pada 26/08/14.

Cuitan meme lain dari akun @victorkamang, pada tanggal 21 Juli 2014, juga masih menyorot soal pemilu dengan judul “Grand Scenario” sebagai berikut:

Gambar 5



Konteks dari meme di atas adalah statemen Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang sempat menunda pengumuman hasil pemenang pemilu presiden 2014.<sup>52</sup> Wacana ini dikritik bukan saja karena menjadi indikator ketidaksiapan KPU sebagai panitia penyelenggara pemilu, melainkan juga dituding karena desakan salah satu kubu capres-cawapres yang tidak puas atas pemilu. Kritik atas KPU itu kemudian diilustrasikan dalam rupa meme, dengan meminjam foto pidato presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Mengapa SBY diambil sebagai figur dalam meme, selain alasan populer, ialah juga karena kritik atas sikap netralnya yang ambigu di tengah kontestasi pemilu. Sebagaimana diketahui, Yudhoyono memimpin partai Demokrat dan memutuskan sikap netral, namun dalam beberapa kesempatan juga membuka lebar pintu koalisi dengan Prabowo.<sup>53</sup> Lumrah diketahui, Hatta Rajasa, pasangan Prabowo, adalah besan dari Yudhoyono.

---

<sup>52</sup> Lihat <http://pemilu.tempo.co/read/news/2014/07/22/269594997/KPU-Undur-Pengumuman-Hasil-Pilpres>, diakses pada 23/08/14

<sup>53</sup> Periksa, <http://news.detik.com/read/2014/06/01/174130/2596593/1562/sinyal-koalisi-senyap-prabowo-hatta-dengan-partai-demokrat>, diakses pada 29/07/14.



Ekspresi politik lain juga datang dari akun twitter @ndorokakung, pada tanggal 22 Juli, dengan judul “haha”:

Gambar 6



Pasca pengumuman hasil pemilu, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengundang dua pasangan kontestan pemilu untuk berbuka puasa bersama di istana negara.<sup>54</sup> Dengan maksud meredam suhu politik yang mulai memanas, SBY menjadikan buka puasa itu sebagai medium dalam mempertemukan dua pasangan. Meme di atas menunjukkan foto menjelang shalat maghrib bersama, tetapi disertakan teks yang menerangkan satire atas Prabowo (lihat gambar). SBY meminta Jokowi untuk tidak larut dalam euforia perayaan kemenangan (setelah ia diumumkan menang sebagai presiden terpilih oleh KPU), karena Prabowo “telah habis banyak”. Klausula terakhir merujuk pada modal dan sumber daya.

Konteks politik penting dalam meme ini adalah dua klaim kemenangan yang prematur dari masing-masing kubu. Joko Widodo dan Jusuf Kalla membuka konferensi pers sesaat setelah hasil *quick count* dirilis; begitu pula Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa. Masing-masing pasangan mengutip hasil survei yang berbeda untuk mendukung klaim kemenangan. Keyakinan ini bertahan terus hingga pengumuman resmi oleh Komisi Pemilihan Umum,

<sup>54</sup> Periksa <http://pemilu.tempo.co/read/beritafoto/19099/Presiden-SBY-Berbuka-Puasa-Bersama-Prabowo-dan-Jokowi>, diakses pada 20/08/14.

dan bahkan lebih jauh, Prabowo-Hatta masih bertahan dengan hasil surveinya dan meneruskan protes atas hasil pemilu itu ke ranah Mahkamah Konstitusi.

Masih dari akun @ndorokakung, tertanggal 19 Juli:

Gambar 7



Meme ini koinciden dengan konteks piala dunia Brazil, dan dimaksudkan untuk menghubungkan dua konteks yang berlainan, yakni pertandingan sepak bola dan kontestasi pemilu. Kendati keduanya memiliki padanan, tetapi menghubungkannya adalah ketakwajaran mengingat konteks yang berlainan. Film Korea disebut secara spesifik karena gelombang besar “K-pop” lewat siaran drama melankolis dan musiknya. Tokoh di atas merujuk pada Lionel Messi, penyerang Argentina, yang gagal meloloskan timnya sebagai juara dunia lantaran kalah dari Jerman pada final piala dunia. Tanding ulang adalah metafora dari pemilu ulang—sesuatu yang diminta oleh pasangan Prabowo-Hatta selepas dinyatakan kalah oleh pengumuman resmi KPU pada 22 Juli.

Akun @ulinyusron, pada tanggal 5 Juli, juga memopulerkan hashtag #Jokowi9Juli lewat meme berikut:

Gambar 8



Debat terbuka antar kandidat calon presiden dan calon wakil presiden menjadi tema penting dari diskursus pemilu. Debat ini disiarkan secara langsung oleh media massa televisi, dan di-relay beberapa kali. Episode-episode debat direspons secara aktif di media sosial, sebagian karena dipicu oleh kritik atas kelemahan salah satu calon yang dibalas oleh kritik lainnya. Meme di atas juga merupakan olok-olok atas kekeliruan Hatta Rajasa yang bermaksud mengelaborasi kelemahan Joko Widodo semasa menjadi walikota Solo.<sup>55</sup> Joko Widodo dianggap gagal karena tidak pernah mendapatkan penghargaan Kalpataru. Pada poin ini, cawapres Jokowi, Jusuf

<sup>55</sup> Respons itu muncul demikian banyak di media online, misalnya <http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/07/06/miing-ironis-cawapres-hatta-rajasa-tak-bisa-bedakan-kalpataru-dan-adipura>, <http://nasional.kompas.com/read/2014/07/06/13120141/Tim.Prabowo.Tertukarnya.Kalpataru.dan.Adipura.Bukan.Kebodohan>, dan <http://www.suarapembaruan.com/home/gara-gara-kalpataru-hatta-rajasa-jadi-bahan-olokan/58992>. Seluruhnya diakses pada 08/08/14.

Kalla, mengoreksi statemen Hatta bahwa Kalpataru adalah penghargaan yang hanya diberikan pada tingkat provinsi, sementara di tingkat kota disebut penghargaan Adipura. Kesalahan mendasar ini dianggap memalukan dan mendatangkan respons ramai di media sosial.

Oleh akun @ulinyusron, peristiwa kekeliruan Hatta tersebut divisualisasikan ulang dalam bentuk meme politik (lihat gambar). Gambaran pada meme tersebut meniru kuis *eat bulaga* yang populer ditayangkan televisi, dan menyindir Hatta yang tidak bisa menjawab pertanyaan. Kalla kemudian meminta Arya Wiguna—tokoh yang populer karena berkonfrontasi secara emosional oleh Eyang Subur, seorang paranormal—untuk menggantikan posisinya.

Meme lain yang beredar, dan di re-tweet berkali-kali adalah meme @ulinyusron yang berjudul “Lari dari Kenyataan”:

Gambar 9



Meme dari akun twitter @ulinyusron ini menyindir status Prabowo ketika dianggap “lari dari tanggung jawab ke Jordania, pasca ia diadili dalam pengadilan militer, selepas gerakan reformasi 1998. Pada pengadilan itu, Prabowo diduga terlibat dalam penculikan dan penghilangan paksa aktivis

mahasiswa (Majalah Tempo, 1999). Di media massa, tim sukses Prabowo berkali-kali mengklarifikasi sekaligus membantah ihwal “pelarian” itu.

Selain meme yang dibagi secara massif di media sosial, penulis menganggap penting juga ihwal teknis bagaimana meme itu dibuat. Sebab, urgensi diskursus politik dalam ranah perbincangan virtual tidak saja tampak kasat mata dari lalu lintas pesan dari meme, melainkan juga dapat dibaca dari bagaimana meme itu dihasilkan. Menariknya, menjelang pemilihan presiden, muncul aplikasi pembuat meme khusus bertema politik Indonesia di laman berbasis teknologi *smartphone* android. Dalam aplikasi itu ditampilkan ragam foto tokoh-tokoh politik (sebagai misal, Prabowo, Joko Widodo, Hary Tanoesoedibjo, dan seterusnya) sekaligus kolom teks yang bebas diisi apapun.

Gambar 10 Aplikasi *Meme Politik Indonesia* Android.



Lahirnya aplikasi ini menunjukkan jika tema politik demikian pentingnya, sekaligus membuktikan jika urgensi dari tema politik ini perlu diteruskan lebih jauh dalam format yang memudahkan partisipan dalam meresponsnya. Kesadaran yang muncul adalah bahwa meme merupakan respons kreatif yang memerlukan simplifikasi agar jauh lebih mudah, melalui aplikasi.

Tentang bagaimana kompetisi pemilihan gubernur di DKI Jakarta mewarnai diskusi publik tentang politik nasional, periksa vlog berikut:

Gambar 11



Isu dalam vlog yang dibuat oleh Jessica, seorang pengguna youtube, tersebut melempar kritik satire tentang penolakannya atas Basuki/Ahok sebagai gubernur inkumben. Pada konteks ini, sedang terjadi gerakan massif satu juta KTP untuk Ahok, yang dirintis oleh relawan politik. Ketidaksetujuan atas kebijakan-kebijakan Ahok membuat reaksi arus balik datang, yang salah satunya, mengambil bentuk vlog yang dikhususkan untuk menolak gerakan KTP tersebut.

### **Komedi Satire Politik**

Bagian ini akan memperjelas lebih jauh tentang bagaimana vlog, status atau meme berkorelasi dengan satire politik, seperti telah dicontohkan lewat beberapa contoh pada bagian sebelumnya. Satire adalah penggabungan antara unsur ironi dan sarkasme, dan biasanya dikemas

dalam bentuk humor. Menurut *Oxford Dictionary*, satire memiliki tujuan dalam mengekspose dan mengkritik kesalahan orang, sehingga sebuah satire selalu mempunyai fungsi kritik (Berger, 1997).

Beberapa contoh dan elaborasi atas teks visualisasi politik di media baru pada bagian sebelumnya menunjukkan jika teks melepaskan diri dari apa yang secara formal diyakini sebagai budaya politik dan bahkan justru berupaya membalik kesopan-santunan dan segala protokol pesan politik. Kesopanan dibuang jauh dan diganti bukan saja oleh sesuatu yang serba terus-terang, tapi juga secara komedik memainkan ironi dan menghasilkan pesan yang satire. Dalam bentuk humor, maka teks-teks tersebut menjadi salah satu ukuran penting seberapa jauh masyarakat mampu menghimpun kesadaran kritis, terutama dalam tema-tema politik (Hassan, 1981).

Dengan mengikuti logika pesan komedi, sambil mengutip Manser (1989), maka akan tampak beberapa konstelasi posisi yang penting dalam budaya politik satire di media baru sebagai berikut: (i) Superioritas dan inferioritas, yaitu posisi komedik yang membagi antara mereka yang superior (menertawakan) dan yang inferior (ditertawakan); (ii) Ketidakseimbangan dan bisosiasi. Teori bisosiasi menjelaskan bahwa hal yang mendasari semua bentuk humor adalah dengan mengemukakan dua situasi atau kejadian yang mustahil terjadi sekaligus.

Terhadap dua konstelasi posisi komedik ini, dalam hemat penulis, juga tersimpan relasi posisi kuasa. *Pertama*, berkait dengan dikotomi superior-inferior, teks media baru dipakai salah satunya dengan mendukung dikotomi ini. Meme tentang debat capres-cawapres dan kekeliruan Hatta Rajasa dalam Kalpataru—yang lalu dikoreksi oleh Jusuf Kalla—ditertawakan dan dibuat dalam psikologi politik superior: Kalla yang mengoreksi, berada di atas yang dikoreksi, Hatta (lihat gambar 5).

*Kedua*, teks politik di media baru juga memungkinkan dikerjakannya teknik bisosiasi dengan menabrakkan dua situasi mustahil sekaligus. Contoh tentang pelarian Prabowo dapat dijadikan contoh sempurna untuk menunjuk bagaimana paradoks antara tokoh Dwayne Johnson ditabrakkan dengan Prabowo lewat dialog (lihat gambar 6). Upaya ini lebih dari sekedar *mismatch*, melainkan disengaja untuk menciptakan satire-komedik dalam pencitraan politik Prabowo. Strategi paradoksal dalam teks meme, dengan begitu, adalah salah satu hal penting yang mendasari dipakainya meme sebagai medium pesan politik.



Fuad Hasan dalam tulisan Humor dan Kepribadian (1981) membagi humor dalam dua kelompok besar, yaitu: (i) berupa tindakan agresif yang dimaksudkan untuk melakukan degradasi terhadap seseorang; dan (ii) tindakan untuk melampiaskan perasaan tertekan melalui cara yang ringan dan dapat dimengerti, dengan akibat kendornya ketegangan jiwa. Kedua tipologi ini, uniknya, juga terdapat pada bagaimana dinamika meme politik Indonesia berlangsung. Ada sebuah olok-olok agresif dan degradasi atas individu politik tertentu, sekaligus di sana ada upaya eskapisme psikologi politik yang penuh rasa kecewa dan tertekan, lewat teks-teks meme.

Dengan corak dan praktiknya yang demikian, maka meme dekat pada imajinasi tekstual, yang oleh Steven Heller (1981) disebut sebagai *graphic satire*, sebagai istilah untuk menandai gambar yang berbau satire. Karya *graphic satire* tidak selalu lucu, tetapi bisa sangat serius. *Graphic satire* memiliki pengertian sebagai karya satire yang dikemas dalam bentuk visual dan tidak mempermasalahkan berbagai ekspresi visual yang mungkin berbeda-beda.

Berangkat dari pengertian tersebut, Heller (1981) menjelaskan beberapa teknik pengungkapan sebuah *graphic satire*. Adapun beberapa teknik pengungkapannya yaitu: (i) *In concrete*, yakni teknik pengungkapan dengan menggunakan pengkajian yang ganjil, aneh, dan absurd. Teknik ini melecehkan logika waktu dan tempat; (ii) *Distortion*, yakni teknik yang melebih-lebihkan atau hiperbola. Teknik ini membuat deformasi pada satu karakter atau keadaan tertentu; (iii) *Contrast*, yakni teknik yang menyajikan hal-hal yang berlawanan, paradoks, maupun ironi; (iv) *Indirection*, yakni teknik penyajian dengan menggunakan simbol-simbol, idiom, metafora, parodi atau utopia; (v) *Surprise*, yakni teknik penggunaan logika yang tidak terduga dan mengejutkan.

Kelima karakteristik satire ini muncul seluruhnya dalam teks vlog atau meme politik. Kecenderungan itu tidak lahir pertama-tama dari tendensi humor, melainkan lahir karena tema politik memiliki materi yang cukup kaya sekaligus absurd untuk diputarbalikkan, didistorsi, dibuat paradoks, dan ditonjolkan secara parodik. Meme politik Prabowo dan Titeek misalnya, sengaja dicabut dari konteks aslinya (duduk bersebelahan dalam sebuah acara), diberi teks baru, dan dengan itu otomatis pula ditancapkan konteks yang sama sekali berbeda dari konteks aslinya. Kekonyolan di sana lebih pada satire politik yang menusuk pencitraan yang coba dikerjakan oleh Prabowo melalui isu rujuknya dengan Titeek. Elastisitasnya dalam



memainkan makna membuat meme memiliki kelebihan karena ia tidak sekedar berhenti pada rantai produksi dan konsumsi teks, melainkan juga reproduksi berkali-kali atas gambar atau foto slide yang sama, dengan teks yang berbeda-beda (Wiggins & Bowers, 2014).

### **Politik sebagai Informasi Publik & Gerakan Dunia Virtual**

Dengan memanfaatkan momentum kreatifitas media baru, maka publik dalam ruang virtual harus dibayangkan sebagai “agen”, sebagai aktor aktif yang secara kreatif menciptakan sekaligus memodifikasi makna secara radikal. Parodi dalam status atau satire yang memanfaatkan mode baru teknologi komunikasi internet, tidak saja dilihat sebagai aksi meniru dan memindahkan konteks riil pada realitas visual, melainkan menciptakan secara kreatif estetika dengan makna yang baru, bahkan lebih-lebih “membelokkan” makna yang lama. Contoh-contoh yang diulas pada tulisan ini sebelumnya telah memperlihatkan jika semua konteks riil berganti sedemikian rupa, serta dibelokkan dan dipertainkan dengan cara tertentu.

Dalam konteks perebutan medan media baru dan kontestasi informasi tersebut tidak dibutuhkan kedalaman argumentasi, bahkan lebih jauh lagi, tidak diperlukan rasionalitas, logika, dan kerapian pikiran untuk mendesain sebuah pesan. Teks tidak lagi dicipta dengan ukuran kedalaman pikiran. Logika dan rasio teks justru dibalik dan dipertukarkan sehingga yang tertinggal di sana adalah sebuah anomali, paradoks, olok-olok, dan cemooh. Peristiwa kreatif ini khas sehingga—bagi penulis—dapat pula disebut sebagai peristiwa khas *new media* atau media baru. Teks dalam meme, status, atau video blog, terkadang dicipta dengan menerobos peraturan informal seperti kejelasan pesan. Seperti tampak pada contoh meme dengan tema “pelarian Prabowo”, terjadi justifikasi tekstual dengan menuduh bahwa Prabowo “lari”, sementara publik mengerti bahwa selama ini Prabowo tak hanya menghindari kata-kata “lari”, melainkan juga menolak seluruh klaim yang menyatakan bahwa ia pergi ke luar negeri untuk mengamankan diri. Justifikasi tekstual ini seolah ingin menawarkan versi lain dari sebuah kejadian sejarah politik Indonesia, dan dalam hal ini, penulis melihat pula jika sebuah justifikasi dengan nilai dan bobot seserius itu, adalah juga bagian tak terpisahkan dari pikiran dan gerakan politik dalam dunia virtual dewasa ini di Indonesia.

Sebelumnya banyak dikemukakan jika partisipasi publik pada media baru meningkat karena didorong oleh kemampuan kloning identitas tanpa batasan serta mampu merepresentasikannya dalam wujud anonim. Lewat teknik inilah, semua *netizen* dapat berbicara apapun, dalam forum mana pun, sebanyak-banyak dengan atau tanpa diketahui identitasnya (Oates, et.,al., 2006).. Situasi yang khas media baru ini merevisi semua definisi awam tentang apa itu gerakan. Gerakan politik virtual telah mendapatkan bentuknya yang subtil sekaligus cair, dan oleh karena itu, maju dengan gagah-berani dalam menawarkan versi-versi lain dari sejarah yang seringkali ditolak, sebagaimana dalam budaya meme tampak sebagian besar berupaya menyajikan data dan fakta baru lewat sindiran.

Persoalannya, bagaimana menjelaskan keberanian itu dalam konteks politik? Bagaimana menjelaskannya dalam konteks dimana pertarungan antar meme dan permainan teks politik terjadi hampir-hampir dalam wujud fanatisme dukungan dari masing-masing kubu elite politik di dunia virtual?

Jawaban atas pertanyaan ini akan penulis bagi menjadi beberapa bagian.

*Pertama*, keberanian itu mengemuka dan menjadi pilihan karena isu yang sedang dihadapi adalah isu politik. Dalam politik, maka kontestasi pemilu presiden adalah kontestasi yang mengalami perluasan: dari persaingan elite, menjadi persaingan publik. Yang disebut paling terakhir ini mewujudkan dalam formasi voluntaristik dan fanatisme politik, sehingga semua teks yang menentang kontestan yang satu akan segera dibalas—bukan oleh elite yang bersangkutan, tetapi justru oleh simpatisan-volunteer.

*Kedua*, semangat dan keterlibatan yang intens dari publik atas peristiwa politik membutuhkan publisitas. Maka, persis di titik ini, media sosial mendapatkan relevansinya sebagai “panggung pertemuan” di tengah lalu lintas teks politik. Simbiosis antara media sosial (yang terbuka, egaliter sekaligus bebas) dan teks politik (yang mengundang fanatisme kelompok, simpatisan, serta voluntarisme) telah memungkinkan tumbuhnya budaya meme.

*Ketiga*, teks media baru dan kontestasi di antaranya juga merupakan antitesis dari oligarki media. Jika pada media konvensional semisal televisi, surat kabar dan radio senantiasa dikepung keraguan objektifitasnya karena isu oligarki, maka pada internet oligarki itu bersifat terbatas. Kendati beberapa media portal berita online juga dimiliki oleh segelintir orang, tetapi media baru telah menyediakan ekspansi ruang yang jauh lebih luas—

tidak hanya terbatas pada portal berita—dalam menciptakan, menghimpun, dan sekaligus membagi informasi. Meme adalah strategi alternatif dari diseminasi ide dan informasi yang secara kreatif membebaskan dirinya dari kepungan oligarki media.

Adalah metamorfosa penting dari publik menjadi masyarakat politik, dan menjadikan *new media* sebagai “infrastruktur politik” yang memediasi seluruh kepentingan, diskursus dan pesan atau aspirasi politik publik. Lewat pintu metamorfosa inilah mencuat apa yang disebut sebagai voluntarisme politik. Bagi penulis, ada hubungan teramat erat antara voluntarisme, budaya meme, dan pemilu 2014.

Tarikan historis tentang apatisisme dapat terlacak mudah lewat respon masyarakat sipil dan catatan politik represif Orde Baru; tetapi lacakan atas voluntarisme, gejala kemunculannya dan hubungannya dengan media baru tidak mudah diidentifikasi. Secara tiba-tiba saja kita merasa jika riuh-rendah para volunteer mengisi ruang publik media secara mendadak, apalagi dalam rupa meme politik. Gejalanya muncul tanpa peringatan, kreatif, dan spontan.

Akan tetapi ada satu ciri mencolok yang membedakannya dari gerakan politik lain: non-elite. Elitisme adalah antitesa dari voluntarisme, terutama karena watak yang pertama didasarkan pada kepentingan materiil politik sehingga desain gerakannya cenderung pragmatis, sementara watak yang kedua justru berkebalikan total. Corak non-elitis ini kongruen dengan karakteristik dasar media baru, yakni egaliter. Titik temu antara egalitarianisme media baru dan non elitisme voluntaris otomatis membangun iklim pertukaran makna yang sangat ideal. *Meme culture* adalah implikasi logis dari titik temu tersebut.

Vlog dan atau meme, dengan demikian, tak dapat dilihat sekedar sebagai seni belaka, melainkan juga strategi virtual dalam satire politik, yang tak pernah mampu dikerjakan secara riil. Dikotomi antara realitas *online/offline* adalah alasan mengapa terjadi sikap yang berbeda antara satu individu yang sama ketika di dunia maya dan ketika di dunia riil. Kritik dan satire tajam—sebagaimana ditunjukkan lewat meme—hampir tak bisa dibayangkan dapat disampaikan secara langsung dan terbuka di forum publik riil. Sementara itu, konfidensi ekspresi politik justru muncul di dunia maya, bahkan secara kreatif mengalami intensitas melalui strategi virtual meme politik.

Jika meme merupakan strategi, maka ia menjadi metode subversi atau penggugatan atas makna dalam realitas politik. Kesengajaan dalam penambahan *meme* dalam konteks ini menjadi strategi publik untuk melakukan perlawanan simbolik

### **Teks Media Baru & Desentralisasi Kuasa**

Desentralisasi dalam teknologi media adalah poin besar berikutnya yang ingin penulis ajukan dalam menjelaskan menguatnya gerakan politik virtual dalam konteks politik Indonesia. Pada bagian ini, akan didedah dua pandangan mengenai desentralisasi, dari penjelasan peristiwa yang sangat teknis, hingga kontekstualisasi konsep desentralisasi dalam ranah Indonesia secara politis.

Secara teknis, model teknologi jaringan yang terdesentralisasi adalah model dimana suatu keahlian teknis dari produksi dan konsumsi pesan sepenuhnya didistribusikan secara swa-kelola kepada masing-masing individu ahli. Muasalnya adalah teknologi militer ARPANET sebagai teknologi internet purba dan berkembang jauh menjadi teknologi berbagi berkas P2P (*peer to peer*) (Donath & Boyd, 2004).

Dalam model teknologi dengan logika seperti ini, maka seluruh sistem komunikasi didesain menjadi sistem *multi-agent* dimana siapapun tidak dibatasi dalam menciptakan perangkat lunak, memproduksi pesan, mengelola lalu-lintas pesan, dan sebagainya. Persis di sini media internet berpijak sebagai konteks ruang dari budaya meme (Barabasi & Reka, 1999).

Dalam hubungannya dengan itu, ada sekurangnya empat alasan fundamental yang dapat ditemukan dalam menjawab mengapa medium internet jauh lebih leluasa sekaligus lentur dalam mendiseminasikan pesan-pesan politik yang sensitif.

*Pertama*, sistem tersentral dalam media-media konvensional seringkali menimbun informasi. Ia tidak mampu memberi daya untuk melakukan pembagian informasi dan pesan, sehingga itu berarti pula ia membatasi akses informasi. Siapun mungkin bisa mengakses televisi dan radio, tetapi mereka dibatasi dalam memproduksi pesan dan informasinya. Sebaliknya, luwes dan meluasnya persebaran vlog dan meme membuktikan bahwa ia secara fleksibel dapat dibagi, dan secara lentur dapat dibentuk-ulang atau direproduksi.

*Kedua*, sistem tersentral membatasi pengambilan keputusan dan kemandirian dalam berimprovisasi. Operator komunikasi terpusat secara

oligarkis, sehingga titik kendali pesan dibatasi. Penyiar dalam radio dan televisi adalah “tuhan kedua”, merekalah yang “menguasai” dan mengelola pesan, bukan audiens. Pada kasus vlog/meme, maka kewenangan dalam menguasai teks murni milik netizen. Mereka secara kreatif merombak gambar, mengimitasinya, membuat, atau memadu-padankan satu-sama lain secara bebas guna mencapai makna-makna yang dikehendaki.

*Ketiga*, ketakutan pada risiko kegagalan teknis. Media dengan sistem tersentral mengandalkan asumsi utama bahwa sistem adalah pusat komunikasi, ia harus dikelola pula secara terpusat. Membagi pengelolaan dan produksi pesan/informasi hanya akan menciptakan peluang kegagalan/kerusakan teknis. Tesis ini batal karena risiko teknis itu dapat diminimalkan dalam media baru. Internet mampu memodifikasi pengelolaan lalu lintas pesannya. Media sosial, sebagai contoh, menambah beberapa fitur untuk mengatur dan merawat jejaring pesan sehingga tidak timbul kekacauan teknis.

*Keempat*, miskin inovasi. Sentralisme komunikasi tidak menciptakan kebaruan, atau sekalipun ada, kebaruan itu bergerak lambat dan lama. Budaya politik virtual dalam pemilu Indonesia justru mengandaikan adanya inovasi, tak sekedar dalam level teknis-pembuatan, melainkan juga pada tataran ide dalam permainan teks politik virtual. Jadi, desentralisasi teknis telah bertumbuh menjadi desentralisasi kuasa individu atas teks.

Tarikan lebih jauh ihwal meme politik dalam logika teknologi terdesentralisasi *a la* internet dapat dibaca sebagai respons dan kritik atas logika media monolitik Orde Lama dan Orde Baru, dengan cara menempatkan TVRI sebagai satu-satunya media yang diakui dan diturut. Sementara itu, tumbuhnya media lain hanya boleh menawarkan sesuatu yang sifatnya perifer, tepian, dengan tetap menghormati negara dan medianya, TVRI, sebagai sentral. Upaya pembaharuan politik pada 1998 membawa serta dekonstruksi atas sentralisasi. Kekuasaan negara dipreteli, termasuk dalam ranah media. Pembentukan institusi media menjadi luwes dan menafikan semua peraturan represif: SIT, SIUPP, dan sebagainya.

Berikutnya, dipicu oleh gelombang besar revolusi media baru dan rekontekstualisasi media berjejaring sosial, internet semakin intens menampilkan dirinya sebagai medium yang mampu membawa desentralisasi kuasa tiba sampai pada tataran individu. Teknologi dengan basis media komputer, membawa konsekuensi meningkatnya hubungan

antara individu dan media, sekaligus membebaskan batasan siapa produsen dan siapa konsumen.

Desentralisasi media juga berada pada konteks yang melingkungi transformasi masyarakat dari analog ke digital. Itu berarti terjadi pula metamorfosa atas transmisi informasi, yang secara radikal berubah menjadi pertukaran informasi yang bebas, yang hampir memberikan dilema atas privasi, kekayaan intelektual, dan sebagainya (Cardoso, 2006).. Dilema-dilema itu dibawa hingga pada bentuknya yang paling baru dan mutakhir, termasuk dalam budaya meme. Mekanisme media sosial yang serba berbagi teks-teks virtual, membuat pesan dan teks itu sendiri tak lagi punya privasi: segalanya dapat dibagi, di-retweet, dan/atau di-*forward*.

Maka, begitu riwayat logika sentralisme dalam media dan dalam politik ini dihapus oleh desentralisasi yang dibawa oleh media baru, apa yang diakui sebagai properti atau kepemilikan informasi beserta segala kesopansantunan yang rumit yang mengikutinya, luluh lantak oleh kreatifitas virtual netizen. Problem teoretik pun bergeser, dari “siapa yang berhak memutuskan konten media?” menjadi “apa saja yang akan dibagi?” Problem atas *authority* yang ada dalam logika sentralisme, tidak lagi menjadi penting di mata logika desentralisasi.

Desentralisasi yang terjadi pada media internet, pun, secara teknis membawa serta desentralisasi kuasa, seperti ditunjukkan oleh gejala meme dan vlog politik. Ini karena telah terjadi pergeseran atas kewenangan individual dalam mengelola komunikasi, lalu-lintasnya, maupun produksi, distribusi, dan konsumsi pesannya. Ada sekurangnya dua alasan teknis dari pergeseran kuasa ini. *Pertama*, pengguna dapat membangun dan memulai server pribadi. Pengguna mampu mengelola dan mengautentifikasi diri ke server pribadi, menggunakan kode pribadi atau *password*, pengenalan suara, *scan* iris mata, atau apa pun yang pengguna suka. Hal semacam ini sama sekali tidak masalah karena pengguna tidak perlu bergantung secara fisik ke server lain. *Kedua*, dari server pribadi itu, dapat diciptakan aplikasi yang ingin dibuat atau digunakan. Server pribadi mengirimkan pesan, yang merupakan permintaan untuk sesi aplikasi, ke server aplikasi (Kumar, Jasmine & Andrew, 2006).

Secara etis, belum adanya batas jelas dalam regulasi pemerintah dan ikatan etika yang diatur secara nyata dan luas dikalangan masyarakat dan para pengguna media baru, membuat setiap orang yang menggunakan teknologi informasi merasa kreatifitasnya tak dapat dibatasi, enggan

mendengar, apalagi mematuhi, jargon-jargon etis-formal politik. Sehingga saat bicara mengenai etika dalam konteks media baru, maka tak ada yang bertindak sebagai pengatur dan tak ada pula yang berposisi sebagai yang diatur (Goldsmith & Wu, 2006). Dimensi subjek-objek ditinggalkan oleh karena tak ada peninjau atau pengawas etika—sesuatu yang boleh jadi sangat normal ditemui dalam lingkup riil (Caldow, 2004).

## SIMPULAN

Dari elaborasi di atas, penulis melihat bahwa meme culture merupakan *gejala* yang sangat baru dalam konteks media Indonesia. Oleh karenanya, ia juga merupakan *respons* yang juga baru, dari audiens/*user*, atas peristiwa-peristiwa politik nasional. Ini membuktikan sekaligus menguatkan tiga hal.

*Pertama*, media baru adalah konteks strategis yang menjadi arena pertarungan politik yang berjalan lewat permainan teks online. Meme dilihat bukan sebagai teks yang diam, pasif, dan selesai begitu ia diproduksi. Sebaliknya, ia adalah strategi yang dinamis dan bergerak, didiseminasikan dengan jangkauan tanpa batas dan mempermainkan formalitas politik lewat komedi-satire.

*Kedua*, meme dan vlog culture dibentuk dari dan berpusat pada kreatifitas politik pada unit individu. Basis kreatifitas visual ini membuatnya sangat sulit untuk ditebak dan diramalkan, serta menyulitkan siapapun untuk membatasi persebarannya. Akibatnya, gambaran politik di dunia maya menjadi imajinasi yang tidak ada batasnya. Komedi-satire mampu menjangkau dan merespons peristiwa politik dengan cara yang tidak terduga.

*Ketiga*, budaya vlog dan meme juga harus dilihat sebagai gerakan politik, meski dalam wilayah virtual. Meme dibuat sebagai respons alternatif dari semua saluran kritik dan protes atas elite politik. Apatisme politik seringkali tidak diimbangi dengan partisipasi dan pemaparan sikap publik atas apa dan bagaimana politik hari ini. Meme memperjelas sikap itu, entah kritik entah dukungan, atas data dan peristiwa politik. Kebuntuan respons konvensional seperti demonstrasi yang kehilangan perhatian publik, dijawab oleh meme dengan cara yang lebih populis karena memanfaatkan popularitas dan kosmopolitanisme media baru.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Barabasi, Albert-Laszlo., Albert., Reka. (1999). *Emergence of Scaling In Random Networks*. Science, 286
- Berger, P. L. (1997). *Redeeming Laughter: Comic Dimension of Human Experience*. Berlin: Gruyter.
- Brunello, Juliana (2012) *Internet-memes and Everyday-Creativity: Agency, sociability and the Aesthetics of Postmodernism*. Master Thesis, Rotterdam.
- Caldow, Janet. (2004). *E-Democracy: Putting Down Global Roots*. Institute for Electronic Government, IBM.
- Cardoso, Gustavo. (2006). *The Media in the Network Society: Browsing, News, Filters and Citizenship*, Lisboa, Portugal. CIES – Centre for Research and Studies in Sociology.
- Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Oxford: OUP.
- Donath, J., Boyd, D. (2004). *Public Displays of Connection*. BT Technology Journal, 22(4)
- Goldsmith, Jack. & Wu, Tim. (2006). *Who Controls The Internet? Illusions of a Borderless World*, New York, Oxford University Press
- Hassan, Fuad. (1981), 'Humor dan Kepribadian', Harian Kompas, 20 April, p. 6,
- Heller, Stephen. (1981), *Man Bites Man*, A&W Publisher, New York.
- Hill, DT. and Sen, K. (1997) .“Wiring the warung to global gateways: the internet in Indonesia.” *Indonesia* 63: 67–89.



- Kumar, Ravi., Novak, Jasmine., Tomkins, Andrew. (2006). *Structure and Evolution of Online Social Networks*. In Proc. Of KDD, pages 611–617.
- Manser, Juan. 1989, *Dictionary of Humor*, Diego and Blanco Publisher Inc, Los Angles
- Nugroho, Y. (2011) "Opening the Black Box: the Adoption of Innovations in the Voluntary Sector – the Case of Indonesian Civil Society Organisations." *Research Policy*40: 761–777.
- Oates, Sarah. Owen, Diana. & Gibson, Rachel K. (ed), (2006). *The Internet and Politics; Citizens, Voters and Activists*, London, Routledge.
- Sen, K. and Hill, DT. (2000). *Media, Culture and Politics in Indonesia*. Oxford: Oxford University Press.
- Wiggins, Bradley E., and Bowers, G Bret. (2014). *Memes as Genre: A Structural Analysis of The Memescape*, New Media Society, published online 26 May 2014

### **Majalah**

Majalah TEMPO, Koneksi Prabowo di Negeri Gurun, Januari 1999.

### **Internet**

<http://www.selasar.com/politik/kumpulan-meme-lucu-debat-capres>  
diakses pada 27/08/14

<http://tekno.kompas.com/read/2014/03/14/1746259/jokowi.capres.foto.gu.yonan.beredar.di.media.sosial> diakses pada 27/08/14

<http://www.solopos.com/2014/05/09/trending-topic-sosmed-ini-dia-meme-lucu-jokowi-dan-ahok-di-media-sosial-506636> diakses pada 27/08/14

<http://www.solopos.com/2014/07/23/jokowi-presiden-terpilih-meme-lucu-warnai-penolakan-prabowo-521286> diakses pada 27/08/14

<http://ngonoo.com/2014/05/kumpulan-meme-presiden-lucu-dan-cara-membuatnya/> diakses pada 27/08/14

<http://27.123.222.126/pemilu/read/20140706/355/241428/pilpres-2014-jokowi-jk-presiden-pilihan-netizen-unggul-538>, terakhir diakses 07/0814.

<http://www.republika.co.id/berita/pemilu/hot-politic/14/07/05/n882sh-prabowotitiek-rujuk-hari-ini-ini-jawaban-tim-prabowo>; diakses pada 26/08/14.

<http://nasional.kompas.com/read/2014/07/05/12152211/Titiek-Prabowo.Rujuk.Timses.Sebut.Insya.Allah> diakses pada 26/08/14.

<http://www.indopos.co.id/2014/07/jika-akhirnya-rujuk-itu-buah-kesetiaan-prabowo-kepada-titiek.html>, diakses pada 26/08/14.

<http://pemilu.tempo.co/read/news/2014/07/22/269594997/KPU-Undur-Pengumuman-Hasil-Pilpres>, diakses pada 23/08/14

<http://pemilu.tempo.co/read/beritafoto/19099/Presiden-SBY-Berbuka-Puasa-Bersama-Prabowo-dan-Jokowi>, diakses pada 20/08/14.

<http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/07/06/miing-ironis-cawapres-hatta-rajasa-tak-bisa-bedakan-kalpataru-dan-adipura>, diakses pada 08/08/14.

<http://nasional.kompas.com/read/2014/07/06/13120141/Tim.Prabowo.Ter-tukarnya.Kalpataru.dan.Adipura.Bukan.Kebodohan>, diakses pada 08/08/14.

<http://www.suarapembaruan.com/home/gara-gara-kalpataru-hatta-rajasa-jadi-bahan-olokan/58992> diakses pada 08/08/14.

<http://news.detik.com/read/2014/06/01/174130/2596593/1562/sinyal-koalisi-senyap-prabowo-hatta-dengan-partai-demokrat>, diakses pada 29/07/14.